

Attorney Docket No. 1341.1112



IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re Patent Application of:

Michiaki YOKOYAMA et al.

Application No.: Unassigned

Group Art Unit: Unassigned

Filed: October 16, 2001

Examiner:

For: METHOD OF AND APPARATUS FOR ACQUIRING NEW CUSTOMERS, AND
COMPUTER PRODUCT

**SUBMISSION OF CERTIFIED COPY OF PRIOR FOREIGN
APPLICATION IN ACCORDANCE
WITH THE REQUIREMENTS OF 37 C.F.R. § 1.55**

Assistant Commissioner for Patents
Washington, D.C. 20231

Sir:

In accordance with the provisions of 37 C.F.R. § 1.55, the applicant(s) submit(s)
herewith a certified copy of the following foreign application:

Japanese Patent Application No. 2000-324637

Filed: October 24, 2000

It is respectfully requested that the applicant(s) be given the benefit of the foreign filing
date(s) as evidenced by the certified papers attached hereto, in accordance with the
requirements of 35 U.S.C. § 119.

Respectfully submitted,

STAAS & HALSEY LLP

Date: October 16, 2001

By: 

James D. Halsey, Jr.
Registration No. 22,729

700 11th Street, N.W., Ste. 500
Washington, D.C. 20001
(202) 434-1500

日 本 国 特 許 庁
JAPAN PATENT OFFICE



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日
Date of Application:

2000年10月24日

出 願 番 号
Application Number:

特願2000-324637

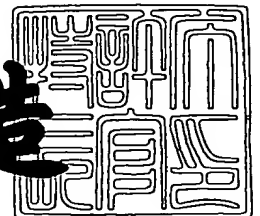
出 願 人
Applicant(s):

富士通株式会社
テクノメディアコンプレックス株式会社

2001年 5月31日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3050641

【書類名】 特許願

【整理番号】 0000846

【提出日】 平成12年10月24日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 17/60

【発明の名称】 新規顧客獲得方法および新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体

【請求項の数】 5

【発明者】

 【住所又は居所】 大阪府大阪市北区西天満5丁目10番17号 テクノメディアコンプレックス株式会社内

 【氏名】 横山 道明

【発明者】

 【住所又は居所】 東京都千代田区丸の内一丁目6番1号 株式会社富士通総研内

 【氏名】 大須賀 基泰

【特許出願人】

 【識別番号】 000005223

 【氏名又は名称】 富士通株式会社

【特許出願人】

 【識別番号】 599076354

 【氏名又は名称】 テクノメディアコンプレックス株式会社

【代理人】

 【識別番号】 100089118

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 酒井 宏明

【手数料の表示】

 【予納台帳番号】 036711

 【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9717671

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 新規顧客獲得方法および新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 W e b サイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信する第 1 の送信工程と、

前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けるエントリ受付工程と、

前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信する第 2 の送信工程と、

前記紹介メールを介して前記 W e b サイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付ける注文・購入受付工程と、

注文・購入を行った場合に限り、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信する第 3 の送信工程と、

を含むことを特徴とする新規顧客獲得方法。

【請求項 2】 前記被紹介者が前記注文・サービスの注文・購入を行った場合に、前記既存顧客に対してインセンティブを付与するインセンティブ付与工程

を含むことを特徴とする請求項 1 に記載の新規顧客獲得方法。

【請求項 3】 前記紹介メールは、前記既存顧客の端末のメールアドレス帳から選択されたメールアドレス宛に転送されることを特徴とする請求項 1 または 2 に記載の新規顧客獲得方法。

【請求項 4】 前記注文・購入受付工程では、前記被紹介者に前記既存顧客の情報を入力させることを特徴とする請求項 1 ～ 3 のいずれか一つに記載の新規顧客獲得方法。

【請求項 5】 W e b サイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信させる第 1 の送信工程と、

前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けさせるエントリ受付工程と、

前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介す

るためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信させる第2の送信工程と、

前記紹介メールを介して前記Webサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付けさせる注文・購入受付工程と、

注文・購入を行った場合に限って、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信させる第3の送信工程と、

をコンピュータに実行させるための新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、ネットビジネスとしてホームページを運営している企業に対して、既存顧客が新規顧客として知人や家族を紹介する行為を簡単かつ連続的にを行い、新規顧客獲得数を増加させることができる新規顧客獲得方法および新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体に関するものである。

【0002】

従来より、インターネットを活用したビジネスシステムとして、「B to B」（企業間取引）および「B to C」（企業－消費者間取引）は、既に多くの実用例が知られている。また、マーケティング分野においては、企業から消費者向けの「B to C」および、その反応としての「C to B」も、web to機能やmail to機能などのリアクション機能を活用した実用例が多くなっている。

【0003】

ここで、仮に、インターネットを活用した販売システムを想定すれば、企業からのアウトバンドとしての「B to C」と、その反対方向への反応である「C to B」の関係だけでは、企業と消費者との間でやりとりされる情報は、既知関係者の間の往復情報にしか過ぎない。従って、かかる関係では、企業にとって、「既存顧客」の維持であって、新規顧客の獲得の増加につながらないという問題があった。従って、従来よりかかる問題を効果的に解決するための手段、方法が切望さ

れていた。

【 0 0 0 4 】

【従来の技術】

従来より、インターネット上で新規顧客を獲得するためのマーケティングの手法としては、広告出稿や検索エンジンへの登録を行い、企業や当該企業が運営するホームページの知名度を上げ、顧客に当該企業の商品を指名買いさせ、新規顧客を増加させるという P U L L 方式が挙げられる。

【 0 0 0 5 】

また、上記 P U L L 方式のマーケティング手法以外には、P U S H 方式が挙げられる。この P U S H 方式は、企業から見込み客へ直接、ダイレクトメール等を送付することにより、新規顧客を獲得し、販売を促進するためのものである。

【 0 0 0 6 】

【発明が解決しようとする課題】

ところで、前述したように、従来では、P U L L 方式および P U S H 方式によるマーケティング手法を用いて、新規顧客を獲得している旨を述べた。しかしながら、P U L L 方式では、多額の広告費用が必要となり、著名な検索エンジンの登録に時間がかかるという問題があった。また、P U L L 方式では、「B to C」として顧客からの反応（例えば、注文）があっても、当該取引が完結するだけで、新たな顧客を獲得することができない。

【 0 0 0 7 】

一方、P U S H 方式では、見込み客の住所、氏名やメールアドレスなどの顧客を特定するための属性情報を企業で把握しなければならないという前提があり、この属性情報としての顧客リストを内部または外部から入手しなければならず、コストや時間がかかるという問題があった。また、P U S H 方式は、一種の P U L L 方式によるマス・マーケティングに他ならない。

【 0 0 0 8 】

このように、従来の P U L L 方式および P U S H 方式のマーケティング手法は、新規顧客を獲得するためのコスト／時間が高くつく割には、飛躍的な新規顧客の獲得（売り上げ）が望めないのである。

【0009】

本発明は、上記に鑑みてなされたもので、新規顧客（売り上げ）を飛躍的に拡大することができる新規顧客獲得方法および新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体を提供することを目的とする。

【0010】

【課題を解決するための手段】

上記目的を達成するために、本発明は、Webサイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信する第1の送信工程と、前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けるエントリ受付工程と、前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信する第2の送信工程と、前記紹介メールを介して前記Webサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付ける注文・購入受付工程と、注文・購入を行った場合に限って、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信する第3の送信工程とを含むことを特徴とする。

【0011】

また、本発明は、Webサイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信させる第1の送信工程と、前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けさせるエントリ受付工程と、前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信させる第2の送信工程と、前記紹介メールを介して前記Webサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付けさせる注文・購入受付工程と、注文・購入を行った場合に限って、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信させる第3の送信工程とをコンピュータに実行させるための新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体である。

【0012】

かかる発明によれば、紹介依頼メールを既存顧客の端末へ送信し、紹介元エントリが受け付けられた後、既存顧客の端末へ送信された紹介メールを既存顧客が被紹介者の端末へ転送するという極めて簡単な操作で、従来に比べて低コストで新規顧客（売り上げ）を飛躍的に拡大することができる。特に、既存顧客が複数の被紹介者に紹介メールを転送することにより、自己増殖的に紹介網と販売網を拡大することができるという効果を奏する。

【 0 0 1 3 】

【発明の実施の形態】

以下、図面を参照して本発明にかかる新規顧客獲得方法および新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体の一実施の形態について詳細に説明する。

【 0 0 1 4 】

図 1 は、本発明にかかる一実施の形態の動作原理を説明する図である。この図において、サーバ 1 0 0 は、企業（例えば、物販業、サービス業）のホームページ（ＥＣサイト）を公開するための基本機能と、後述する新規顧客を獲得するための新規顧客獲得機能とを備えている。このサーバ 1 0 0 は、インターネット 2 0 0 を介して、インターネット端末としての紹介元端末 3 0 0、紹介先端末 3 0 0 - 1'、紹介先端末 3 0 0 - 2'、紹介先端末 3 0 0 - 1 1'、紹介先端末 3 0 0 - 1 2' やその他図示しない端末にアクセスされる。

【 0 0 1 5 】

紹介元端末 3 0 0 は、サーバ 1 0 0 にかかる企業の既存顧客 3 5 0 が所有する携帯電話端末、ＰＨＳ（パーソナルハンディホンシステム）端末、パーソナルコンピュータ等の電子メールの送受信機能を有するあらゆる種類の端末（設置型電話機を含む）であり、インターネット 2 0 0 を介してホームページを閲覧するブラウザ機能や電子メールを送受信するメール機能を備えている。紹介先端末 3 0 0 - 1' および紹介先端末 3 0 0 - 2' は、既存顧客 3 5 0 の知人や家族である被紹介者 3 5 0 - 1' および被紹介者 3 5 0 - 2' が所有する端末である。被紹介者 3 5 0 - 1' および被紹介者 3 5 0 - 2' は、メール機能を用いて、既存顧客 3 5 0 から当該企業を紹介される者である。

【0016】

紹介先端末300-11' および紹介先端末300-12' は、被紹介者350-1' の知人や家族である被紹介者350-11' および被紹介者350-12' が所有する端末である。被紹介者350-11' および被紹介者350-12' は、メール機能を用いて、既に当該企業の顧客となっている被紹介者350-1' から当該企業を紹介される者である。

【0017】

上記構成において、サーバ100は、インターネット200を介して、紹介元端末300（既存顧客350）へ紹介依頼メールおよび紹介メール（転送用）を送信する。紹介依頼メールは、既存顧客350に対して知人や家族を新規顧客として当該企業に紹介してもらうことを依頼するメールである。また、紹介メール（転送用）は、既存顧客350の知人や家族に当該企業を紹介するためのメールである。

【0018】

そして、上記紹介依頼メールおよび紹介メール（転送用）が紹介元端末300に受信されると、既存顧客350は、既存顧客350のメール転送機能を用いて、当該企業を紹介すべく、紹介先端末300-1'（被紹介者350-1'）および紹介先端末300-2'（被紹介者350-2'）へ紹介メールを転送する。

【0019】

紹介メール（転送用）が紹介先端末300-1' に受信されると、被紹介者350-1' は、サーバ100のホームページを閲覧し、自身の個人情報（氏名、住所、メールアドレス）や商品情報を入力し商品の注文を行う。これにより、被紹介者350-1' は、当該企業の新規顧客（既存顧客）となる。従って、被紹介者350-1' には、当該企業に新規顧客を紹介する権利が付与される。

【0020】

以後、被紹介者350-1' は、既存顧客として、既存顧客350と同様にし、紹介依頼メールに基づいて、紹介先端末300-1' を用いて、紹介メール（転送用）を紹介先端末300-11'（被紹介者350-11'）および紹介

先端末 300-12'（被紹介者 350-12'）へ送信する。

【0021】

同様に、紹介メール（転送用）が紹介先端末 300-2' に受信されると、被紹介者 350-2' は、サーバ 100 のホームページを閲覧し、自身の個人情報（氏名、住所、メールアドレス）や商品情報を入力し商品の注文を行う。これにより、被紹介者 350-2' は、当該企業の新規顧客となる。従って、被紹介者 350-2' には、当該企業に新規顧客を紹介する権利が付与される。

【0022】

以後、被紹介者 350-2' は、既存顧客として、既存顧客 350 と同様にして、紹介依頼メールに基づいて、紹介メール（転送用）を知人や家族が所有する紹介先端末（図示略）へ送信する。

【0023】

ここで、注意すべきは、一実施の形態では、当該企業を紹介された被紹介者が実際に商品等を購入して既存顧客となった場合に限り、当該被紹介者が既存顧客として第三者に対して当該企業を紹介することができる点である。逆に言えば、一実施の形態では、当該企業を紹介された被紹介者が実際に商品等を購入しない場合、当該被紹介者が第三者に対して当該企業をさらに紹介することができないため、ネズミ講と称されるマルチ販売方式とは思想的にも構造的にも全く別異である。

【0024】

いわゆるマルチ販売方式においては、親→子→孫→曾孫→・・・と続く紹介世代の無限連鎖を前提としている。したがって、マルチ販売方式の参加者自身が未知である二世代以上後への広がりからの収入を期待している点から見て、マルチ販売方式における紹介の動機は、商品の流通またはサービスの利便性にあるのではなく、紹介連鎖そのものから発生する収益を期待する点にある、ということができる。従って、マルチ販売方式において、販売対象商品は、どのような物でもよく、通常の市場価値から著しくかけ離れている場合が多く、また、商品・サービス等の実体が全く無いものも多い。

【0025】

つぎに、一実施の形態の具体的構成について図 2 を参照しつつ詳細に説明する。図 2 は、一実施の形態の構成を示すブロック図である。この図において、図 1 の各部に対応する部分には同一の符号を付ける。サーバ 1 0 0 において、制御部 1 0 1 は、各部を制御するものであり、ホームページを公開する機能、メール送受信機能、新規顧客紹介機能等を備えている。この制御部 1 0 1 の動作の詳細については後述する。

【 0 0 2 6 】

メインプログラム 1 0 2 は、制御部 1 0 1 により実行され、サーバ 1 0 0 の各機能を実現するためのコンピュータプログラムである。入力制御部 1 0 3 は、インターネット 2 0 0 から制御部 1 0 1 への入力インタフェースをとる。出力制御部 1 0 4 は、制御部 1 0 1 からインターネット 2 0 0 への出力インタフェースをとる。

【 0 0 2 7 】

表示部 1 0 5 は、制御部 1 0 1 の制御により、各種情報を表示する。サーバ 1 0 0 においては、既存顧客データファイル 1 0 6、ホームページ表示用ファイル 1 0 7、紹介元エントリファイル 1 0 8、新規購入客ファイル 1 0 9 が用いられている。図 3 に示したように、既存顧客データファイル 1 0 6 は、当該企業の既存顧客データを格納するファイルである。この既存顧客データとしては、顧客コード、住所、氏名、メールアドレス、取引歴、紹介歴等が挙げられる。

【 0 0 2 8 】

ホームページ表示用ファイル 1 0 7 は、当該企業のホームページを表示するためのファイルであり、新規顧客の紹介方法／特典（URL-1）や企業の営業案内（URL-2）等の情報からなる。紹介元エントリファイル 1 0 8 は、紹介元（既存顧客）の情報であり、顧客コード、氏名、メールアドレス等からなる。新規購入客ファイル 1 0 9 は、紹介元（既存顧客）の紹介により、ホームページ経由で商品・サービスを新規購入した顧客の情報であり、住所、氏名、メールアドレス、紹介元メールアドレス、購入データ等からなる。

【 0 0 2 9 】

記憶部 1 1 0（図 2 参照）には、一実施の形態で用いられるメッセージ例文 1

1 0 が記憶されている。このメッセージ例文 1 1 0 は、メッセージ 1 1 1 ～ 1 1 5 から構成されている。

【 0 0 3 0 】

つぎに、一実施の形態の動作について、図 4 ～ 図 6 を参照しつつ説明する。以下に説明するサーバ 1 0 0 の動作は、実際には、制御部 1 0 1 （図 2 参照）の制御に従って行われる。

【 0 0 3 1 】

図 4 に示したステップ S A 1 では、サーバ 1 0 0 は、図 3 に示したメッセージ 1 1 1 を含む紹介依頼メールをインターネット 2 0 0 を介して紹介元端末 3 0 0 （既存顧客 3 5 0 ）へ送信する。この紹介依頼メールが紹介元端末 3 0 0 に受信されると、紹介元端末 3 0 0 では、メール受信を表す音や振動が発せられる。

【 0 0 3 2 】

これにより、既存顧客 3 5 0 は、図 5 に示したメニュー画面 1 0 の「メール」をクリックし、メール操作画面 1 1 の「受信メールを見る」をクリックする。ここで、既存顧客 3 5 0 により、受信メール一覧 1 2 の「紹介依頼メール」がクリックされると、画面 1 3 には、紹介依頼メールの内容（本文および URL - 1 ）が表示される。この紹介依頼メールは、サーバ 1 0 0 上のホームページを運営する企業から、新規顧客の紹介を既存顧客 3 5 0 に依頼するためのメールである。

【 0 0 3 3 】

つぎに、図 4 に示したステップ S A 2 では、既存顧客 3 5 0 は、紹介システムに興味を持っているか否かを判断し、この判断結果が「N o」である場合、ステップ S A 3 で紹介依頼メールを無視または消去する。一方、紹介システムに興味を持っている場合、既存顧客 3 5 0 は、ステップ S A 2 の判断結果を「Y e s」として、ステップ S A 4 で図 5 に示した画面 1 3 の「URL - 1」をクリックし、当該企業のホームページを閲覧する。

【 0 0 3 4 】

ステップ S A 5 では、サーバ 1 0 0 は、ホームページ表示用ファイル 1 0 7 （図 3 参照）に基づいて、紹介システム、方法、特典等を説明するためのホームページ（図 3：メッセージ 1 1 2 参照）を表示する。このホームページは、上記 U

R L - 1 にリンクしている。ステップ S A 6 では、既存顧客 3 5 0 は、上記ホームページから紹介システム、方法、特典等を理解し、知人や家族を新規顧客として紹介するか否かを判断する。この判断結果が「N o」である場合、既存顧客 3 5 0 は、ステップ S A 3 で当該ホームページを無視または消去する。

【 0 0 3 5 】

一方、ステップ S A 6 の判断結果が「Y e s」である場合、ステップ S A 7 では、既存顧客 3 5 0 は、ホームページに紹介元としてエントリする旨を入力することにより、紹介元エントリファイル 1 0 8 に紹介元エントリの情報を登録するための操作を行う。これにより、ステップ S A 8 では、サーバ 1 0 0 は、紹介元アドレス、すなわち紹介元端末 3 0 0（既存顧客 3 5 0）のメールアドレスを取得し、紹介元エントリの情報（顧客コード、氏名、メールアドレス等）を紹介元エントリファイル 1 0 8（図 3 参照）に登録する。

【 0 0 3 6 】

ステップ S A 9 では、サーバ 1 0 0 は、紹介メール（転送用）をインターネット 2 0 0 を介して紹介元端末 3 0 0 へ送信する。この紹介メールは、図 3 に示したメッセージ 1 1 3 を含み、既存顧客 3 5 0 自身が当該企業を知人や家族に紹介するための転送用のメールである。

【 0 0 3 7 】

上記紹介メール（転送用）が紹介元端末 3 0 0 に受信されると、既存顧客 3 5 0 は、図 5 に示した受信メール一覧 1 4 の「紹介メール」をクリックする。これにより、画面 1 5 には、紹介メールの内容が表示される。図 4 に示したステップ S A 1 0 では、既存顧客 3 5 0 は、紹介メールを被紹介者 3 5 0 - 1' に転送するための処理を実行する。

【 0 0 3 8 】

すなわち、既存顧客 3 5 0 によりメールメニュー（図示略）をクリックされると、図 5 に示したメールメニュー画面 1 6 が表示される。ここで、「転送する」がクリックされると、転送メール作成画面 1 7 が表示される。また、既存顧客 3 5 0 は、アドレス帳画面 1 8 からメールアドレスとしての「井上」（被紹介者 3 5 0 - 1'）を選択する。

【0039】

これにより、上記「井上」（メールアドレス）は、転送メールの宛先として設定される。つぎに、転送メール作成画面17の「送信」がクリックされると、紹介メール（転送メール）は、紹介元端末300からインターネット200を介して紹介先端末300-1'へ転送される。なお、被紹介者350-1'以外の被紹介者に紹介メールを転送する場合、既存顧客350は、上述した転送の処理を繰り返し実行する。

【0040】

そして、紹介メールが図6に示した紹介先端末300-1'に受信されると、紹介先端末300-1'では、メール受信を表す音や振動が発せられる。これにより、被紹介者350-1'は、メニュー画面20の「メール」をクリックし、メール操作画面21の「受信メールを見る」をクリックする。

【0041】

ここで、被紹介者350-1'により、受信メール一覧22の「紹介メール」がクリックされると、画面23には、紹介メールの内容（本文およびURL-2）が表示される。この紹介メールは、図3に示したメッセージ113を含むメールであり、被紹介者350-1'に当該企業を紹介するためのメールである。

【0042】

つぎに、被紹介者350-1'は、当該企業（ホームページ、商品、サービス）に興味を持っているか否かを判断し、この判断結果が「No」である場合、紹介メールを無視または消去する。一方、当該企業に興味を持っている場合、ステップSA11では、被紹介者350-1'は、図6に示した画面23の「URL-2」をクリックし、当該企業のホームページ（画面24）を閲覧する。

【0043】

ステップSA12では、サーバ100は、ホームページ表示用ファイル107（図3参照）に基づいて、商品、販売方法等を説明するためのホームページ（図3：メッセージ114参照）を画面24として表示する。このホームページは、上記「URL-2」にリンクしている。

【0044】

ステップSA13では、被紹介者350-1'は、商品・サービスの購入意志がある場合、注文・購入のための操作を行う。具体的には、被紹介者350-1'は、図6に示した画面24の「ご優待券」をクリックする。この「ご優待券」は、URL-3（図3：メッセージ115参照）を表す。これにより、紹介先端末300-1'には、優待販売画面25が表示される。

【0045】

この優待販売画面25は、企業が運営する実店舗で優待割引等のサービスを受けることができる画面である。被紹介者350-1'は、自身の住所、氏名、購入データ、紹介元アドレス（この場合、既存顧客350のメールアドレス）等を所定の入力欄に入力した後、「注文・購入」（図示略）をクリックする。

【0046】

図4に示したステップSA14では、サーバ100は、被紹介者350-1'のメールアドレスをキーとして、既存顧客データファイル106（図3参照）を照会し、この被紹介者350-1'が新規購入客であることを確認して注文を受け付ける。ステップSA15では、サーバ100は、新規購入客ファイル109（図3参照）に、紹介元アドレスとともに購入データを記録する。

【0047】

ステップSA16では、サーバ100は、紹介元エントリファイル108と新規購入客ファイル109（図3参照）とを照合し、被紹介者350-1'にかかる紹介元アドレスが一致するか否かを判断し、一致する場合、被紹介者350-1'の紹介を既存顧客350の紹介実績として確定する。ステップSA17では、サーバ100は、既存顧客350に対して紹介実績に応じて特典（インセンティブ）を付与する。

【0048】

以後、被紹介者350-1'は、既存顧客となるため、サーバ100は、前述した既存顧客350の場合と同様にして、新規購入客ファイル109のアドレスに基づいて、図6に示した紹介依頼メールを紹介先端末300-1'に送信する。この紹介依頼メールが紹介先端末300-1'に受信されると、紹介先端末300-1'では、メール受信を表す音や振動が発せられる。

【0049】

そして、被紹介者350-1'（既存顧客）により受信メール一覧26の「紹介依頼メール」がクリックされると、画面27には、紹介依頼メールの内容（本文およびURL-1）が表示される。この紹介依頼メールは、サーバ100上のホームページを運営する企業から、新規顧客の紹介を被紹介者350-1'（既存顧客）に依頼するためのメールである。

【0050】

以後、既存顧客350の場合と同様にして、被紹介者350-1'（既存顧客）は、図1に示した被紹介者350-11'や被紹介者350-12'に紹介メールを転送することにより、当該企業に関する紹介処理を実行する。なお、図4に示したステップSA13で被紹介者350-1'が商品・サービスの注文・購入を行わなかった場合には、既存顧客でないため、サーバ100から紹介先端末300-1'へ紹介依頼メールが送信されることが無い。従って、この場合、被紹介者350-1'は、上述した新規顧客獲得機能により、新規顧客（知人や家族）を当該企業を紹介することができないのである。

【0051】

このように、一実施の形態は、つぎの点を特徴としているため前述したマルチ販売方式とは全く異なる方法により、新規顧客を獲得することができる。

（1）既存顧客が知人や家族を紹介する場合（一世代目の紹介）でも、二世代目の紹介でも、被紹介者が注文・購入した後に、必ず、その都度、企業（サーバ100）から「紹介依頼メール」を送信している。

（2）紹介の世代毎に紹介する意志を確認して、紹介者の同意を得た場合にのみつぎの世代へ紹介するというプロセスを経ている（無限の多段階連鎖とは異なる）。

（3）被紹介者が商品・サービスを注文・購入して初めて新規購入客ファイル109に登録され、新規購入客ファイル109に登録されたアドレス宛に紹介依頼メールが送信されるため、結果的に多段階の連鎖紹介となっても、確実な商品流通（またはサービス提供）を行うことができる。

【0052】

図 7 は、前述した一実施の形態の適用例を示す図である。この図において、図 2 の各部に対応する部分には同一の符号を付ける。この図には、一実施の形態を美容サロン新規顧客獲得に適用した例が図示されている。この図において、サーバ 4 0 0 は、図 2 に示したサーバ 1 0 0 と同様の機能を備えている。Web システム 4 1 0 は、ホームページの公開やメール送受信を行う機能を備えている。美容サロン 6 0 0 は、企業に相当しており、新規顧客を獲得するために、サーバ 4 0 0 上にサロン紹介ホームページ 4 2 0 を公開している。

【 0 0 5 3 】

上記構成において、①では、サーバ 4 0 0 から紹介元端末 3 0 0 へ紹介依頼メール（URL-1 添付）が送信される。紹介依頼メールのメッセージ例としては、「いつも当店を愛用いただきありがとうございますあなた様に特別なお願い！お友達を紹介してください。もし、紹介して下さるのならば、この画面をクリックしてください。特典などの説明をいたします。また、もし、適当な方がいなければ、そのまま紹介拒否ボタンを押してください。ご協力ありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。」が挙げられる。

【 0 0 5 4 】

ここで、既存顧客 3 5 0 が紹介を拒否する場合、②では、紹介元端末 3 0 0 からサーバ 4 0 0 へ紹介拒否メールが返信される。また、既存顧客 3 5 0 が紹介を承諾した場合、③では、URL-1 がクリックされる。④では、上記 URL-1 に対応する紹介方法などを説明するためのページが紹介元端末 3 0 0 に表示される。

【 0 0 5 5 】

このページのメッセージ例としては、「ご紹介方法・・・明日改めて紹介カードを当方からメールさせていただきますので、あなた様の携帯電話のアドレス帳からお友達のメールアドレスをつけて、そのままお友達に転送してください。特典・・・紹介されたお客様が来店されましたら、あなた様とその方の双方に 2 0 % のご優待とさせていただきます。お願い・・・ご紹介先は当サロンにとって初めての方のみとさせていただきます。また、特典は、当サロンの他の特典と併用できません。」が挙げられる。

【 0 0 5 6 】

⑤では、サーバ400からは、前述した紹介メールに相当する紹介カード（URL-2添付）が紹介元端末300へ送信される。⑥では、紹介元端末300から紹介先端末300-1'へ紹介カード（URL-2添付）が転送される。この紹介カードのメッセージ例としては、「日頃から、私の行きつけの美容店「SMART」を紹介します。とても明るく、親切なお店です。おしゃれな貴女に気に入っていただけると嬉しいのですが・・・。サロンのページは、これをクリックすると表示されます。」が挙げられる。

【 0 0 5 7 】

⑦では、被紹介者350-1'によりURL-2がクリックされる。⑧では、サロン案内、住所、優待券等のページが紹介先端末300-1'に表示される。このページのメッセージ例としては、「・・・ヘアーサロンのSMARTのご案内・・・すてきなあなたを歓迎します。是非一度ご来店ください。場所は、**駅南口前です。TELでの優先予約もご利用ください。ここをクリックするとご優待券が表示されますので、その画面をご来店の際にご提示ください。」が挙げられる。

【 0 0 5 8 】

これにより、被紹介者350-1'は、美容サロン600に出向き、紹介先端末300-1'に表示された優待券を提示することにより、新規顧客として割引サービス等を受ける。

【 0 0 5 9 】

以上説明したように、一実施の形態によれば、紹介依頼メールを既存顧客350の紹介元端末300へ送信し、紹介元エントリが受け付けられた後、紹介元端末300へ送信された紹介メールを既存顧客350が紹介先端末300-1'や紹介先端末300-2'へ転送するという極めて簡単な操作で、従来に比べて低コストで新規顧客（売り上げ）を飛躍的に拡大することができる。特に、既存顧客が複数の被紹介者に紹介メールを転送することにより、自己増殖的に紹介網と販売網を拡大することができる。

【 0 0 6 0 】

また、一実施の形態によれば、被紹介者が注文・サービスの注文・購入を行った場合に、既存顧客に対して特典を付与するようにしたので、既存顧客の紹介意欲を高め、結果的に新規顧客をさらに拡大させることができる。

【 0 0 6 1 】

また、一実施の形態によれば、紹介メールが既存顧客の端末のメールアドレス帳から選択されたメールアドレス宛（紹介先端末）に転送されるため、単純操作のみで気軽に紹介することができる。

【 0 0 6 2 】

また、一実施の形態によれば、被紹介者に既存顧客の情報（メールアドレス等）を入力させるようにしたので、紹介元と紹介先とを明確に結合することができ、二世世代以降の紹介では紹介元が前段の購入者であることから、紹介メールの転送を容易に行うことができる。

【 0 0 6 3 】

以上本発明にかかる一実施の形態について図面を参照して詳述してきたが、具体的な構成例はこの一実施の形態に限られるものではなく、本発明の要旨を逸脱しない範囲の設計変更等があっても本発明に含まれる。たとえば、前述した一実施の形態においては、前述した新規顧客獲得方法を実現するための新規顧客獲得プログラムを図 8 に示したコンピュータ読み取り可能な記録媒体 8 0 0 に記録して、この記録媒体 8 0 0 に記録された新規顧客獲得プログラムを同図に示したコンピュータ 7 0 0 に読み込ませ、実行することにより新規顧客獲得の機能を実現するようにしてもよい。

【 0 0 6 4 】

図 8 に示したコンピュータ 7 0 0 は、上記新規顧客獲得プログラムを実行する CPU 7 0 1 と、キーボード、マウス等の入力装置 7 0 2 と、各種データを記憶する ROM (Read Only Memory) 7 0 3 と、演算パラメータ等を記憶する RAM (Random Access Memory) 7 0 4 と、記録媒体 8 0 0 から新規顧客獲得プログラムを読み取る読取装置 7 0 5 と、ディスプレイ、プリンタ等の出力装置 7 0 6 と、装置各部を接続するバス B U とから構成されている。

【 0 0 6 5 】

CPU701は、読取装置705を経由して記録媒体800に記録されている新規顧客獲得プログラムを読み込んだ後、新規顧客獲得プログラムを実行することにより、前述した新規顧客獲得のための機能を提供する。なお、記録媒体800には、光ディスク、フロッピーディスク、ハードディスク等の可搬型の記録媒体が含まれることはもとより、ネットワークのようにデータを一時的に記録保持するような伝送媒体も含まれる。

【0066】

また、一実施の形態では、美容業への適用例について説明したが、販売促進を目的としてあらゆる分野への適用が可能である。以下に適用分野の例を示す。

(a) 顧客の静態的属性による多様化・差別化が可能な分野

理容業、美容業、学習塾等のサービス業

- ・年代層別による販売促進
- ・誕生日、星座、血液型による販売促進
- ・家族構成による販売促進

(b) 顧客の動態的属性による多様化・差別化が可能な分野

自動車、家電の耐久消費財を販売する物販業

- ・初回購入時点（取引継続期間）による販売促進
- ・購入回数や購入頻度による販売促進
- ・購入金額による販売促進
- ・関連商品の購入実績による販売促進（シリーズ化粧品等）
- ・疎遠化、休眠化した顧客への販売促進
- ・紹介実績による販売促進

【0067】

(付記1) Webサイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信する第1の送信工程と、

前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けるエントリ受付工程と、

前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信する第2の送信工程と、

前記紹介メールを介して前記W e bサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付ける注文・購入受付工程と、

注文・購入を行った場合に限り、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信する第3の送信工程と、

を含むことを特徴とする新規顧客獲得方法。

(付記2) 前記被紹介者が前記注文・サービスの注文・購入を行った場合に、前記既存顧客に対してインセンティブを付与するインセンティブ付与工程、を含むことを特徴とする付記1に記載の新規顧客獲得方法。

(付記3) 前記紹介メールは、前記既存顧客の端末のメールアドレス帳から選択されたメールアドレス宛に転送されることを特徴とする付記1または2に記載の新規顧客獲得方法。

(付記4) 前記注文・購入受付工程では、前記被紹介者に前記既存顧客の情報を入力させることを特徴とする付記1～3のいずれか一つに記載の新規顧客獲得方法。

(付記5) W e bサイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信させる第1の送信工程と、

前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けさせるエントリ受付工程と、

前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信させる第2の送信工程と、

前記紹介メールを介して前記W e bサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付けさせる注文・購入受付工程と、

注文・購入を行った場合に限り、当該被紹介者を前記既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信させる第3の送信工程と、

をコンピュータに実行させるための新規顧客獲得プログラムを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体。

(付記6) W e bサイトにより顧客獲得を行う企業の既存顧客の端末へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信する第1の送信手段と、

前記既存顧客からの紹介元エントリを受け付けるエントリ受付手段と、

前記既存顧客の端末から被紹介者の端末へ前記企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み前記既存顧客の端末から前記被紹介者の端末へ転送される紹介メールを前記既存顧客の端末へ送信する第2の送信手段と、

前記紹介メールを介して前記Webサイトに誘引された前記被紹介者から前記商品・サービスの注文・購入を受け付ける注文・購入受付手段と、

注文・購入を行った場合に限り、当該被紹介者を既存顧客として、当該被紹介者の端末へ前記紹介依頼メールを送信する第3の送信手段と、

を備えたことを特徴とする新規顧客獲得装置。

(付記7) 前記被紹介者が前記注文・サービスの注文・購入を行った場合に、前記既存顧客に対してインセンティブを付与するインセンティブ付与手段、を備えたことを特徴とする付記6に記載の新規顧客獲得装置。

(付記8) 前記紹介メールは、前記既存顧客の端末のメールアドレス帳から選択されたメールアドレス宛に転送されることを特徴とする付記6または7に記載の新規顧客獲得装置。

(付記9) 前記注文・購入受付手段は、前記被紹介者に前記既存顧客の情報を入力させることを特徴とする付記6～8のいずれか一つに記載の新規顧客獲得装置。

【0068】

【発明の効果】

以上説明したように、本発明によれば、紹介依頼メールを既存顧客の端末へ送信し、紹介元エントリが受け付けられた後、既存顧客の端末へ送信された紹介メールを既存顧客が被紹介者の端末へ転送するという極めて簡単な操作で、従来に比べて低コストで新規顧客（売り上げ）を飛躍的に拡大することができるという効果を奏する。特に、既存顧客が複数の被紹介者に紹介メールを転送することにより、自己増殖的に紹介網と販売網を拡大することができるという効果を奏する。

【0069】

また、本発明によれば、被紹介者が注文・サービスの注文・購入を行った場合に、既存顧客に対してインセンティブを付与するようにしたので、既存顧客の紹

介意欲を高め、結果的に新規顧客をさらに拡大させることができるという効果を奏する。

【 0 0 7 0 】

また、本発明によれば、紹介メールが既存顧客の端末のメールアドレス帳から選択されたメールアドレス宛に転送されるため、単純操作のみで気軽に紹介することができるという効果を奏する。

【 0 0 7 1 】

また、本発明によれば、被紹介者に既存顧客の情報を入力させるようにしたので、紹介元と紹介先とを明確に結合することができ、二世代以降の紹介では紹介元が前段の購入者であることから、紹介メールの転送を容易に行うことができるという効果を奏する。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明にかかる一実施の形態の動作原理を説明する図である。

【図 2】

同一実施の形態の構成を示すブロック図である。

【図 3】

図 2 に示したサーバ 1 0 0 における各ファイルおよびメッセージ例文を示す図である。

【図 4】

同一実施の形態の動作を説明するフローチャートである。

【図 5】

図 2 に示した紹介元端末 3 0 0 の画面遷移を示す図である。

【図 6】

図 2 に示した紹介先端末 3 0 0 - 1 ' の画面遷移を示す図である。

【図 7】

同一実施の形態の適用例を示す図である。

【図 8】

同一実施の形態の変形例を示すブロック図である。

【符号の説明】

1 0 0 サーバ

2 0 0 インターネット

3 0 0 紹介元端末

3 5 0 既存顧客

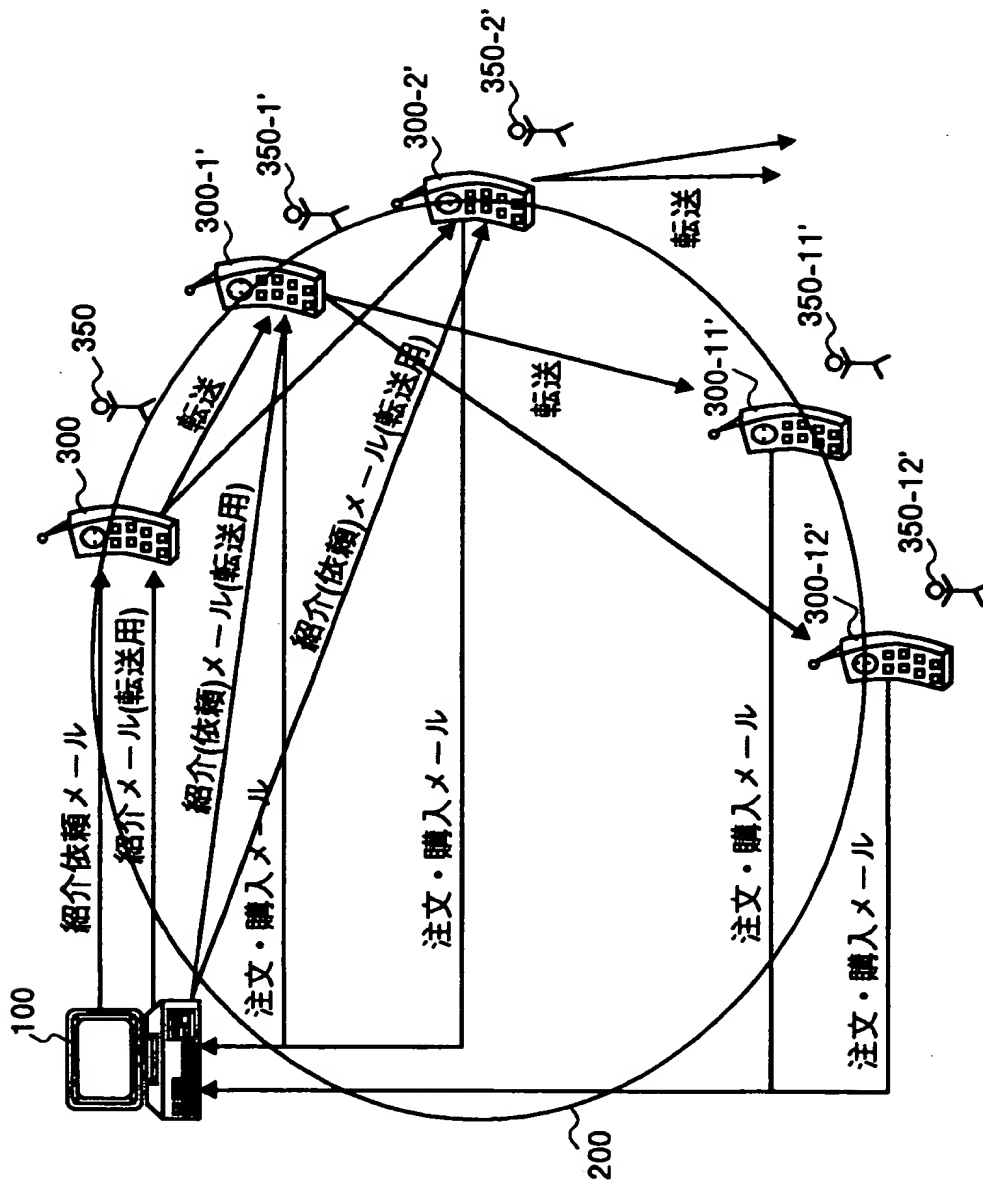
3 0 0 - 1' 紹介先端末

1 0 1 制御部

【書類名】 図面

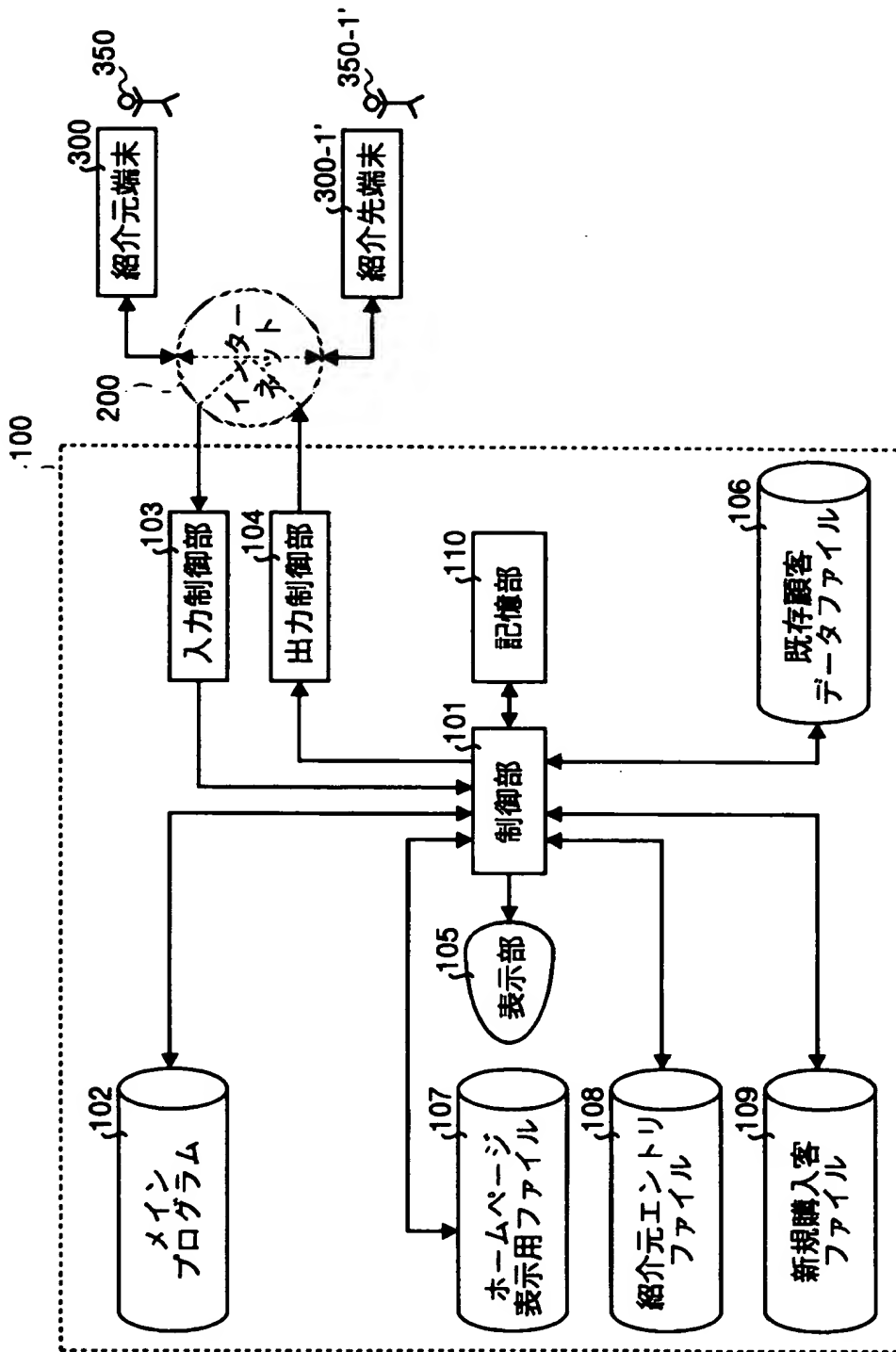
【図 1】

一実施の形態の形態の動作原理を説明する図



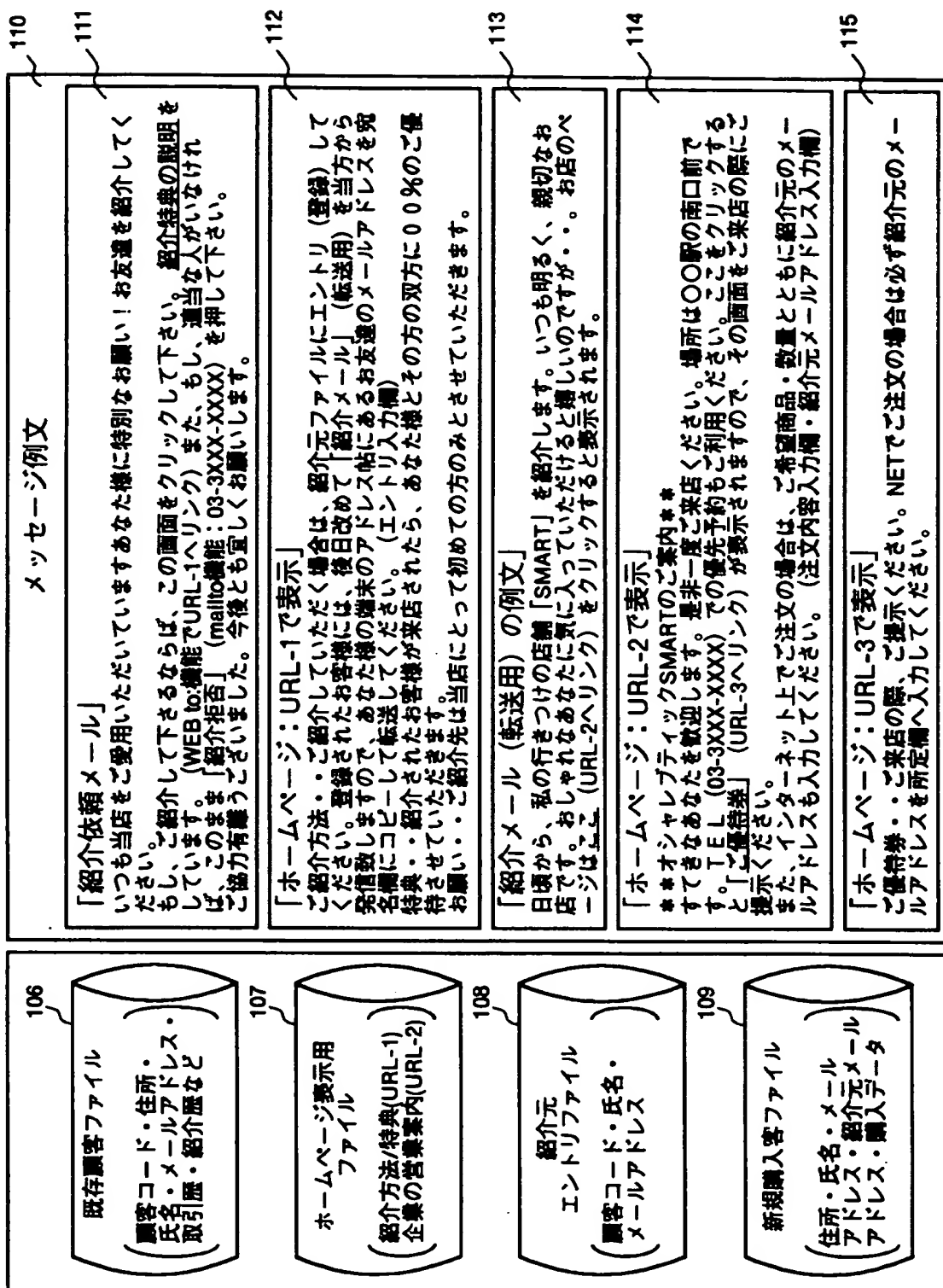
【図 2】

一実施の形態の形態を示すブロック図

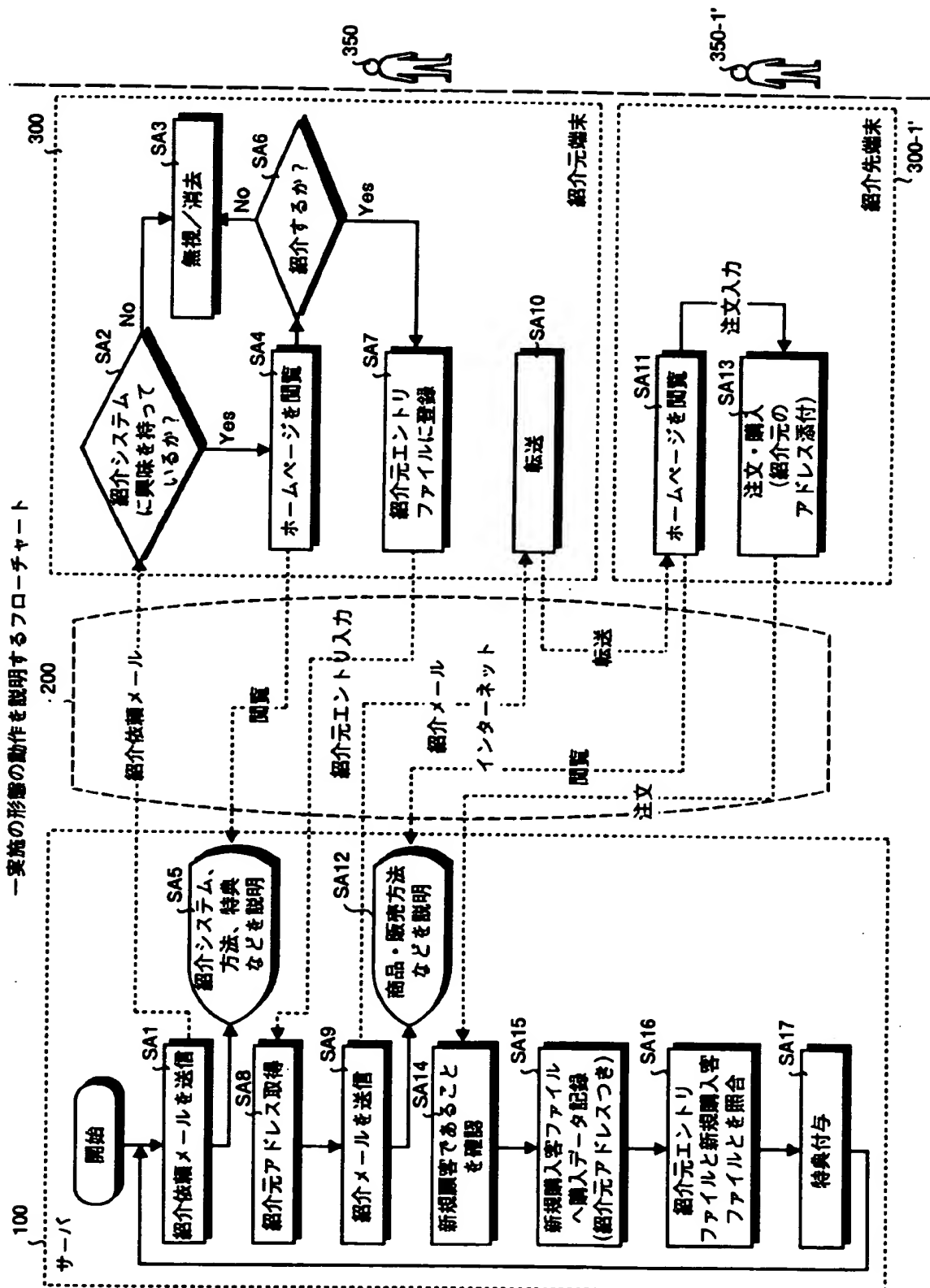


【図 3】

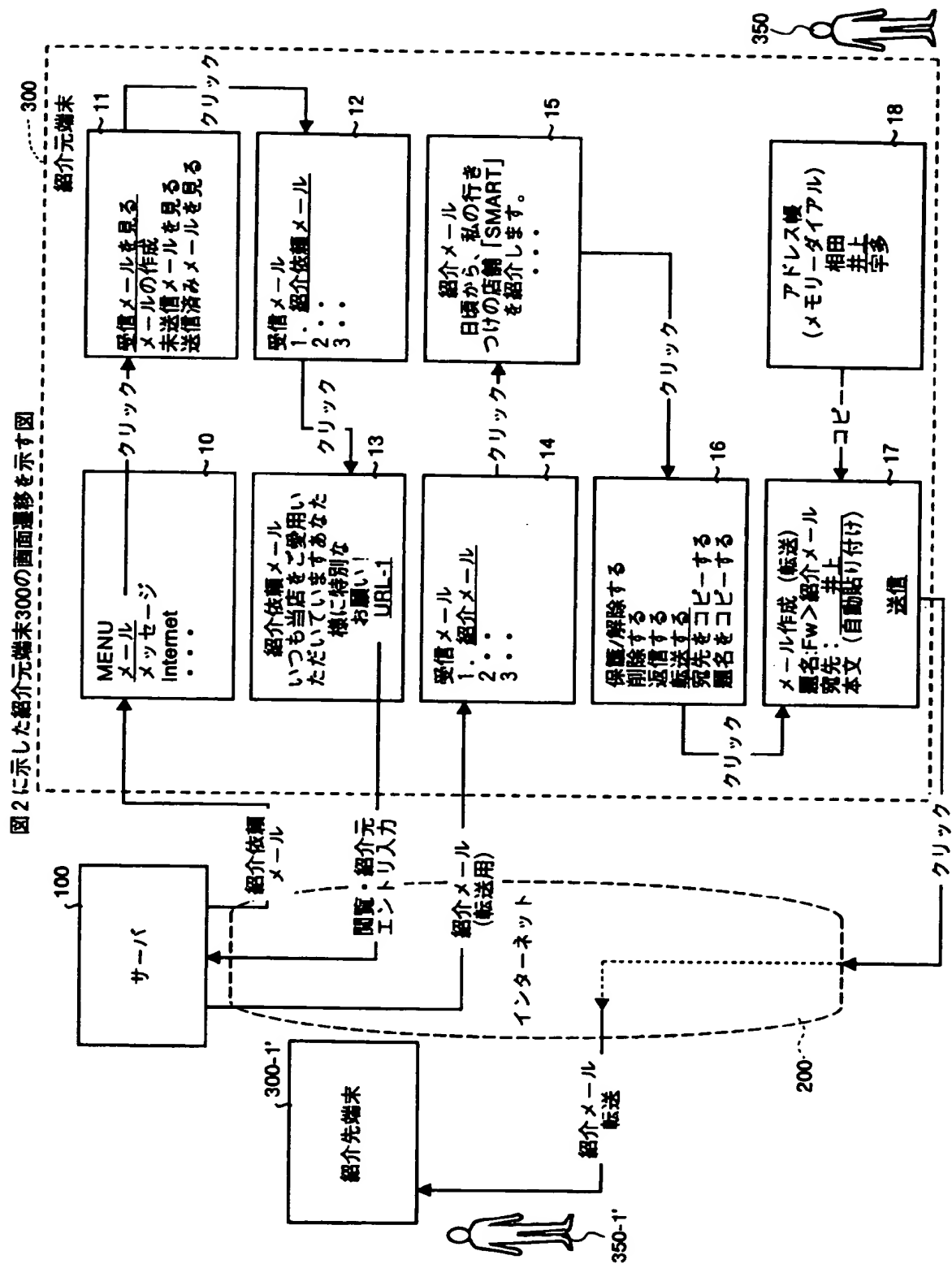
図 2 に示したサーバ 100 における各ファイルおよびメッセージ例文を示す図



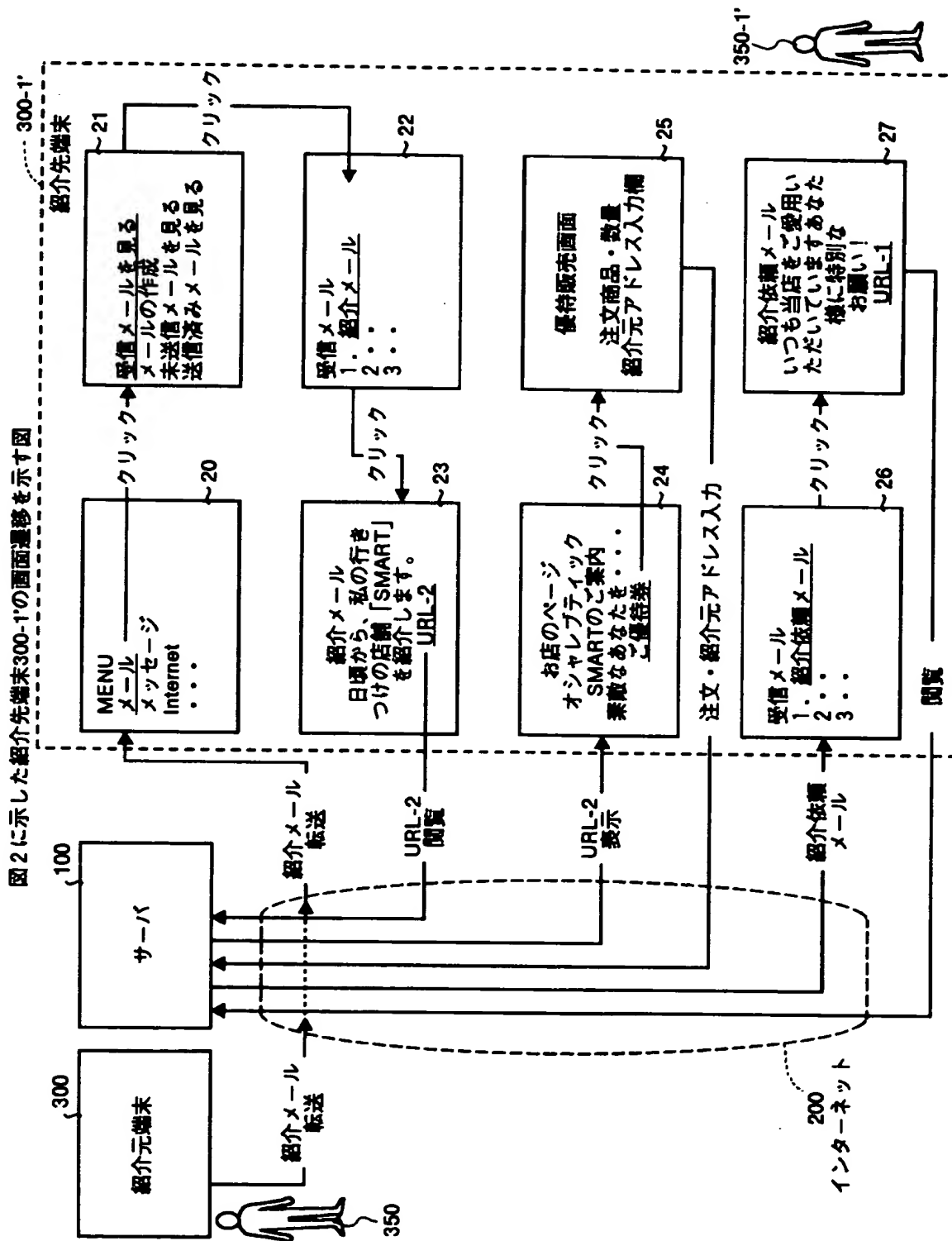
【図 4】



【図 5】

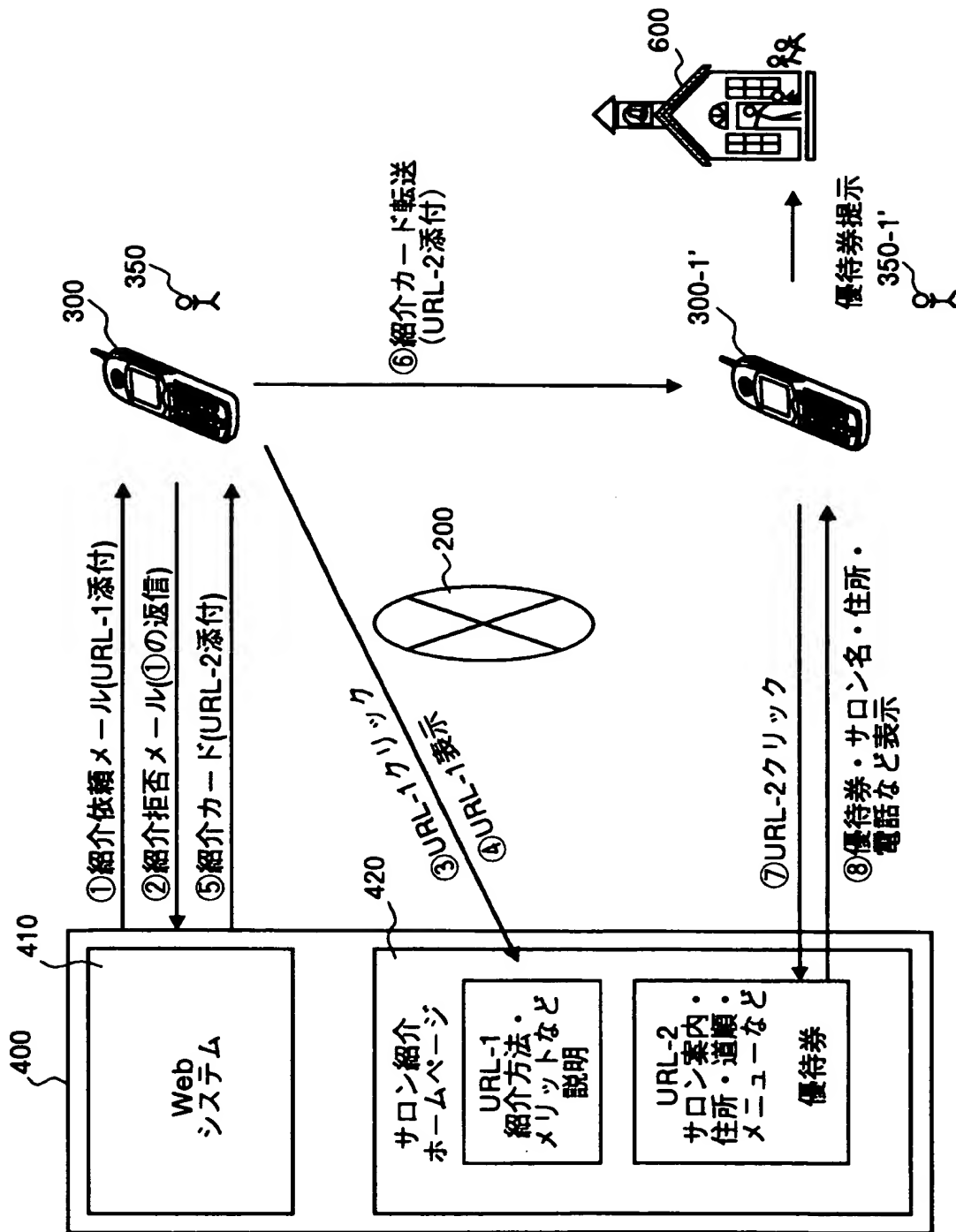


【図 6】



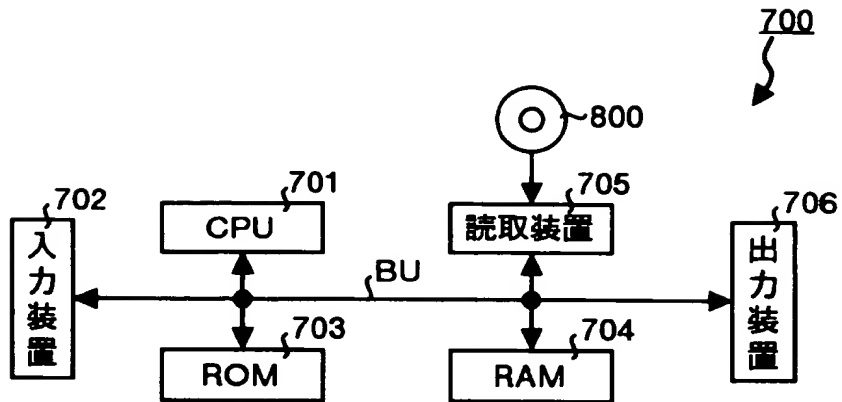
【図 7】

一実施の形態の適用例を示す図



【図 8】

一実施の形態の変形例を示すブロック図



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 新規顧客（売り上げ）を飛躍的に拡大すること。

【解決手段】 ホームページにより顧客獲得を行う企業の既存顧客 3 5 0 の紹介元端末 3 0 0 へ新規顧客紹介に関する紹介依頼メールを送信する工程と、既存顧客 3 5 0 からの紹介元エントリを受け付ける工程と、紹介元端末 3 0 0 から被紹介者 3 5 0 - 1' の紹介先端末 3 0 0 - 1' へ企業の商品・サービスを紹介するためのメッセージを含み紹介元端末 3 0 0 から紹介先端末 3 0 0 - 1' へ転送される紹介メールを紹介元端末 3 0 0 へ送信する工程と、紹介メールを介してホームページに誘引された被紹介者 3 5 0 - 1' から商品・サービスの注文・購入を受け付ける工程と、注文・購入を行った場合に限り、被紹介者 3 5 0 - 1' を既存顧客として、紹介先端末 3 0 0 - 1' へ紹介依頼メールを送信する工程とを含む。

【選択図】 図 2

【書類名】 手続補正書
【整理番号】 0000846
【提出日】 平成12年12月11日
【あて先】 特許庁長官 殿
【事件の表示】

【出願番号】 特願2000-324637

【補正をする者】

【識別番号】 000005223

【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

【識別番号】 100089118

【弁理士】

【氏名又は名称】 酒井 宏明

【手続補正 1】

【補正対象書類名】 特許願

【補正対象項目名】 提出物件の目録

【補正方法】 追加

【補正の内容】

【提出物件の目録】

【物件名】 委任状 1

【プルーフの要否】 要

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005223]

1. 変更年月日 1996年 3月26日

[変更理由] 住所変更

住 所 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号

氏 名 富士通株式会社

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [599076354]

1. 変更年月日 1999年 6月 2日

[変更理由] 新規登録

住 所 大阪府大阪市北区西天満5丁目10番17号

氏 名 テクノメディアコンプレックス株式会社